

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Desain Penelitian

Desain penelitian adalah rencana (desain) yang dibuat seorang peneliti dalam rangka membuktikan hipotesis yang sudah dikemukakan sebelumnya (Zulganef, 2018). Zulganef (2018) menyatakan bahwa pada umumnya, terdapat beberapa hal yang dikemukakan dalam desain penelitian, yaitu tujuan penelitian, unit analisis, fokus analisis, metode pengumpulan data, dan dimensi waktu penelitian.

Tujuan penelitian secara umum dapat dibagi ke dalam empat kategori yaitu: (1) *exploratory*, yang dilakukan bila peneliti hanya ingin menggali variabel-variabel saja; (2) *descriptive* yang dilakukan bila peneliti ingin menggambarkan suatu variabel; (3) *explanatory* yang dilakukan untuk menjelaskan suatu hubungan atau pengaruh, baik hubungan yang berbentuk korelasional maupun kausalitas; dan (4) *experimental* yang dilakukan jika peneliti ingin membuktikan hubungan sebab akibat antar dua variabel dengan intensitas pengaruh dan validitas internal yang tinggi (Nuryaman dan Christina, 2015). Penelitian ini bertujuan untuk memperoleh informasi mengenai dampak moderasi *social media engagement* pada pengaruh sikap, norma subjektif, dan kontrol perilaku terhadap niat bersepeda. Berdasarkan hal tersebut, penelitian ini diklasifikasikan sebagai penelitian berjenis deskriptif dan eksplanatori.

Unit analisis dapat diartikan sebagai sumber informasi mengenai variabel yang akan diolah dalam penelitian (pembuktian hipotesis) (Zulganef, 2018). Unit analisis dalam penelitian ini adalah pengguna sepeda yang memiliki akun media sosial dan mem-*follow* akun media sosial yang mempromosikan kegiatan bersepeda.

Fokus analisis adalah dimensi atau karakteristik yang menjadi minat atau fokus perhatian peneliti terhadap objek atau unit analisis penelitian (Zulganef, 2018). Zulganef (2018) menyatakan bahwa secara garis besar, fokus analisis dapat dibagi ke dalam tiga jenis, yaitu karakteristik, orientasi (proses mental), dan perilaku (tindakan) dimana pada hakekatnya, setiap unit analisis memiliki ketiga

dimensi fokus penelitian tersebut. Adapun fokus analisis pada penelitian ini adalah sikap, norma subjektif, kontrol perilaku, niat, dan *social media engagement* pada responden.

Metode pengumpulan data adalah cara yang digunakan peneliti dalam mengumpulkan data penelitian dan bertujuan untuk memberikan gambaran kepada peneliti mengenai langkah-langkah yang harus dilakukan untuk memecahkan permasalahan (Arikunto, 2010). Pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan metode *explanatory survey* melalui pembagian kuesioner.

Dimensi waktu pada umumnya membagi desain penelitian ke dalam dua kategori, yaitu desain penelitian *cross section* dan desain penelitian *longitudinal*. Desain penelitian jenis *cross section* terjadi bila penelitian dilakukan dengan satu kali pengukuran pada waktu yang sama, sementara *longitudinal* merupakan penelitian yang melibatkan pengukuran berulang pada waktu yang berbeda (Zulganef, 2018). Dilihat dari dimensi waktu, penelitian ini dilakukan secara *cross sectional* dan dilakukan pada kurun waktu kurang lebih satu bulan yaitu pada bulan Maret tahun 2019.

3.2 Pengukuran Variabel

Variabel penelitian adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, objek, atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2016). Pengukuran variabel diperlukan dalam penelitian untuk mengetahui nilai-nilai unit analisis atau objek yang diteliti sehingga kondisi atau keadaan objek penelitian atau unit analisis tersebut dapat dianalisis secara statistik, dan dapat diketahui pengaruh atau hubungan antar variabel yang terdapat dalam objek penelitian (Zulganef, 2018). Beberapa cakupan dari pengukuran adalah operasionalisasi variabel dan skala pengukuran yang akan dijelaskan di bawah ini.

3.2.1 Operasionalisasi Variabel

Operasionalisasi masing-masing variabel dapat dilihat pada Tabel 3.1.

Tabel 3.1
Operasionalisasi Variabel Penelitian

Variabel	Konsep	Indikator	Ukuran	Skala
Sikap/ <i>Attitude</i> (AT)	Perasaan positif atau negatif seseorang terhadap perilaku tertentu (Davis, 1989) atau keyakinan dan evaluasi menyeluruh dari seorang individu ketika melakukan atau mendengar informasi berkaitan dengan perilaku tertentu (Ramdhani, 2011).	Keyakinan bahwa mengoptimalkan berpergian dengan sepeda merupakan hal yang baik.	Tingkat keyakinan bahwa mengoptimalkan berpergian dengan sepeda merupakan hal yang baik.	Interval
		Keyakinan bahwa mengoptimalkan berpergian dengan sepeda merupakan hal yang bermanfaat.	Tingkat keyakinan bahwa mengoptimalkan berpergian dengan sepeda merupakan hal yang bermanfaat.	Interval
		Keyakinan bahwa pada umumnya, mengoptimalkan berpergian dengan sepeda lebih baik daripada mengendarai kendaraan bermotor pribadi.	Tingkat keyakinan bahwa pada umumnya, mengoptimalkan berpergian dengan sepeda lebih baik daripada mengendarai kendaraan bermotor pribadi.	Interval
		Kenyamanan untuk mengoptimalkan berpergian dengan sepeda.	Tingkat kenyamanan untuk mengoptimalkan berpergian dengan sepeda.	Interval
		Kenikmatan untuk mengoptimalkan berpergian dengan sepeda.	Tingkat kenikmatan untuk mengoptimalkan berpergian dengan sepeda.	Interval
Norma Subjektif/ <i>Subjective Norm</i> (SN)	Persepsi individu terhadap harapan dari orang-orang yang berpengaruh dalam kehidupannya (<i>significant others</i>) mengenai dilakukan atau tidak dilakukannya perilaku tertentu (Ramdhani, 2011).	Pandangan orang sekitar mengenai pengoptimalan berpergian dengan sepeda.	Tingkat positif/negatifnya pandangan orang sekitar mengenai pengoptimalan berpergian dengan sepeda.	Interval
		Persetujuan orang sekitar bila responden mengoptimalkan berpergian dengan sepeda.	Tingkat persetujuan orang sekitar bila responden mengoptimalkan berpergian dengan sepeda.	Interval
		Anjuran orang sekitar untuk mengoptimalkan berpergian dengan sepeda.	Tingkat anjuran orang sekitar untuk mengoptimalkan berpergian dengan sepeda.	Interval

Variabel	Konsep	Indikator	Ukuran	Skala
		Keinginan orang sekitar agar responden mengoptimalkan berpergian dengan sepeda.	Tingkat keinginan orang sekitar agar responden mengoptimalkan berpergian dengan sepeda.	Interval
		Jumlah orang sekitar yang mengoptimalkan berpergian dengan sepeda.	Jumlah orang sekitar yang mengoptimalkan berpergian dengan sepeda.	Interval
Kontrol Perilaku/ <i>Behavioral Control</i> (BC)	Persepsi individu mengenai mudah atau sulitnya mewujudkan suatu perilaku tertentu (Ramdhani, 2011).	Kemudahan mengoptimalkan berpergian dengan sepeda menurut responden.	Tingkat kemudahan mengoptimalkan berpergian dengan sepeda menurut responden.	Interval
		Kemungkinan mengoptimalkan berpergian dengan sepeda.	Tingkat kemungkinan mengoptimalkan berpergian dengan sepeda.	Interval
		Kepercayaan diri untuk mengoptimalkan berpergian dengan bersepeda.	Tingkat kepercayaan diri untuk mengoptimalkan berpergian dengan bersepeda.	Interval
		Dukungan lingkungan (misal: keadaan jalan dan fasilitas) untuk mengoptimalkan berpergian dengan sepeda.	Tingkat dukungan lingkungan (misal: keadaan jalan dan fasilitas) untuk mengoptimalkan berpergian dengan sepeda.	Interval
		Dukungan keadaan (misal: kepemilikan sepeda, waktu, jarak, dll) untuk mengoptimalkan berpergian dengan sepeda.	Tingkat dukungan keadaan (misal: kepemilikan sepeda, waktu, jarak, dll) untuk mengoptimalkan berpergian dengan sepeda.	Interval
		Keyakinan bahwa bila responden mau, responden dapat mengoptimalkan berpergian dengan sepeda.	Tingkat keyakinan bahwa bila responden mau, responden dapat mengoptimalkan berpergian dengan sepeda.	Interval
Niat/ <i>Behavioral Intention</i> (BI)	Niat untuk melakukan dan terus melakukan perilaku tertentu (Ramdhani, 2011).	Keinginan untuk mengoptimalkan berpergian dengan sepeda.	Tingkat keinginan untuk mengoptimalkan bersepeda dalam bepergian	Interval
		Rencana mengoptimalkan berpergian dengan sepeda.	Tingkat rencana mengoptimalkan berpergian dengan sepeda.	Interval

Kania Widyatami, 2019

ANALISIS MODERASI SOCIAL MEDIA ENGAGEMENT PADA PENGARUH SIKAP, NORMA SUBJEKTIF, DAN KONTROL PERILAKU TERHADAP NIAT BERSEPEDA (SURVEI PADA PENGGUNA SEPEDA DI KOTA BANDUNG)

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

Variabel	Konsep	Indikator	Ukuran	Skala
<i>Social Media Engagement (SME)</i>		Tekad untuk mengoptimalkan berpergian dengan sepeda.	Tingkat tekad untuk mengoptimalkan berpergian dengan sepeda.	Interval
		Keyakinan untuk mencoba mengoptimalkan berpergian dengan sepeda.	Tingkat keyakinan untuk mencoba mengoptimalkan berpergian dengan sepeda.	Interval
		Niat untuk mengoptimalkan berpergian dengan sepeda.	Tingkat niat untuk mengoptimalkan berpergian dengan sepeda.	Interval
	Perilaku konsumen yang melampaui transaksi yang terfokus pada media sosial (Doorn et al., 2010) dalam hal ini tingkat partisipasi aktif terhadap post mengenai pengoptimalan bersepeda dalam berpergian di media sosial.	Frekuensi membaca post mengenai pengoptimalan bersepeda dalam bepergian.	Tingkat frekuensi membaca post mengenai pengoptimalan bersepeda dalam bepergian.	Interval
		Frekuensi menge-like post mengenai pengoptimalan bersepeda dalam bepergian.	Tingkat frekuensi menge-like post mengenai pengoptimalan bersepeda dalam bepergian.	Interval
		Frekuensi berkomentar pada post mengenai pengoptimalan bersepeda dalam bepergian.	Tingkat frekuensi berkomentar pada post mengenai pengoptimalan bersepeda dalam bepergian.	Interval
		Frekuensi mengepost atau berbagi mengenai pengoptimalan bersepeda dalam bepergian.	Tingkat frekuensi mengepost atau berbagi mengenai pengoptimalan bersepeda dalam bepergian.	Interval
		Frekuensi berbagi informasi mengenai pengoptimalan bersepeda dalam bepergian secara <i>offline</i> .	Tingkat frekuensi berbagi mengenai pengoptimalan bersepeda dalam bepergian secara <i>offline</i> .	Interval

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2019

3.2.2 Skala Pengukuran

Skala adalah alat atau mekanisme membedakan individu atau unit analisis berdasarkan variabel-variabel dalam penelitian (Sekaran, 2003). Dalam penelitian ini, Skala Likert akan dipakai sebagai skala pengukuran variabel-variabel dalam kuesioner.

Kania Widyatami, 2019

ANALISIS MODERASI SOCIAL MEDIA ENGAGEMENT PADA PENGARUH SIKAP, NORMA SUBJEKTIF, DAN KONTROL PERILAKU TERHADAP NIAT BERSEPEDA (SURVEI PADA PENGGUNA SEPEDA DI KOTA BANDUNG)

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

Skala Likert digunakan secara luas yang mengharuskan responden untuk menunjukkan derajat setuju atau tidak setuju kepada setiap pernyataan yang berkaitan dengan objek yang dinilai (Rahayu, 2005). Skala ini termasuk ke dalam kategori skala interval (Kurniawan, 2014) yang membedakan subjek berdasarkan klasifikasi, peringkat, dan jarak yang sama antar titik dalam skala di antara individu (Zulganef, 2018). Skala Likert didesain untuk menguji kekuatan “setuju” atau “tidak setuju” subjek terhadap suatu pernyataan pada skala 5 titik: sangat tidak setuju = 1; tidak setuju = 2; tidak berpendapat (*neither agree nor disagree*) = 3; setuju = 4; dan sangat setuju = 5 (Zulganef, 2018).

3.3 Populasi, Sampel, dan Teknik *Sampling*

3.3.1 Populasi

Malhotra (2007) menyatakan bahwa populasi adalah semua elemen dalam sekumpulan karakteristik umum dan yang terdiri dari himpunan semesta untuk tujuan masalah penelitian pemasaran. Sementara itu, populasi sasaran adalah kumpulan elemen atau benda yang memiliki informasi yang dicari oleh peneliti sehingga kesimpulan dapat dibuat.

Populasi dalam penelitian ini adalah pengguna sepeda yang merupakan pengguna aktif media sosial dan menjadi *follower* dari akun-akun yang mempromosikan budaya bersepeda. Populasi sasaran dalam penelitian ini adalah pengguna sepeda yang mengikuti program-program yang dibuat untuk membudayakan kegiatan bersepeda dan dipromosikan melalui akun-akun media sosial yaitu program Jumat Bersepeda, *Bike to Work*, *Bandung Night Ride*, dan *Pelajar Nyasab*. Berdasarkan wawancara dengan koordinator program-program tersebut pada tanggal 28 Februari 2019 didapatkan bahwa peserta yang mengikuti program-program tersebut mencapai 500 orang.

3.3.2 Sampel

Terkadang tidak semua populasi diteliti dalam penelitian (Bharotodiasto, 2017). Bila populasi besar dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga, dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu (Sugiyono,

2016). Nuryaman dan Christina (2015) mendefinisikan sampel sebagai bagian dari populasi yang berisi beberapa anggota yang dipilih dari populasi. Sugiyono (2016) menyatakan bahwa sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi. Apa yang dipelajari dari sampel, kesimpulannya akan dapat diberlakukan untuk populasi (Sugiyono, 2016).

Ukuran sampel merupakan hal yang penting dalam penelitian (Zulganef, 2018). Rahayu (2005) mendefinisikan ukuran sampel sebagai banyaknya individu, subyek, atau elemen dari populasi yang diambil sebagai sampel. Ukuran sampel merupakan hal yang penting karena ukuran yang terlalu besar atau terlalu kecil akan menjadi masalah dalam penelitian (Rahayu, 2005).

Zulganef (2018) menyatakan bahwa penentuan ukuran sampel minimal dapat ditentukan dengan menggunakan rumus slovin sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Dimana:

n = jumlah sampel

N = jumlah populasi

e = batas toleransi kesalahan (*error tolerance*).

Maka, ukuran sampel minimal dalam penelitian ini adalah:

$$n = \frac{500}{1 + 500(0,5)^2}$$

$$n = \frac{500}{1 + 500(0,0025)}$$

$$n = \frac{500}{1 + 1,25}$$

$$n = \frac{500}{2,25}$$

$$n = 222,22 \approx 222 \text{ orang}$$

Dari hasil penyebaran kuesioner, terdapat 236 orang yang merespon dan 228 orang yang menjawab pertanyaan-pertanyaan berkenaan dengan variabel-variabel penelitian secara lengkap. Jumlah tersebut telah memenuhi jumlah minimal sampel sehingga telah memenuhi syarat ukuran sampel minimum.

3.3.3 Teknik Sampling

Sampling atau pengambilan sampel didefinisikan sebagai proses memilih sejumlah unsur populasi secara memadai (*sufficient*) sehingga dengan mempelajari sejumlah unsur tersebut, dapat dipahami karakteristiknya dan karakteristik tersebut dapat menggeneralisasi karakteristik unsur-unsur populasi (Sekaran, 2003).

Rancangan sampel terdiri dari dua macam, yaitu *probability* dan *non-probability sampling* (Nuryaman & Christina, 2015). Terdapat beberapa faktor yang menjadi acuan pemilihan rancangan sampel yang terlihat pada Tabel 3.2.

Tabel 3.2
Kondisi Pemilihan Teknik *Sampling*

Faktor-Faktor	Kondisi yang Menguntungkan	
	<i>Non-probability</i>	<i>Probability</i>
Sifat Penelitian	Eksplorasi	Konklusif
Relatif besarnya sampling dan non sampling error	Kesalahan <i>non sampling</i> lebih besar	Kesalahan <i>sampling</i> lebih besar
Variabilitas populasi	Homogen (rendah)	Heterogen (tinggi)
Pertimbangan statistik	Tidak menguntungkan	Menguntungkan
Pertimbangan operasional	Menguntungkan	Tidak menguntungkan

Sumber: Rahayu (2005)

Berdasarkan kondisi penelitian, metode *non-probability sampling* akan digunakan dalam penelitian ini. Rahayu (2005) mengungkapkan bahwa dalam metode ini, kemungkinan atau peluang seseorang atau benda untuk terpilih menjadi anggota sampel tidak diketahui dan kemungkinan tidak dapat digeneralisasi terhadap populasi sudah disadari dari awal.

3.4 Metode Pengambilan Data

3.4.1 Jenis dan Sumber Data

Sumber data adalah subyek dari mana data tersebut diperoleh (Arikunto, 2010). Data dalam penelitian ini terdiri dari data primer dan sekunder yang masing-masing dijelaskan di bawah ini.

- 1) Data primer mengacu pada informasi yang diperoleh langsung oleh peneliti mengenai variabel-variabel yang dipakai dalam penelitian (Sekaran & Bougie, 2013). Data primer dapat diperoleh peneliti melalui *focus group discussion*, wawancara, atau pengisian kuesioner (Zulganef, 2018). Data primer dalam penelitian ini diperoleh melalui wawancara dengan pihak Eco Transport dan

Dinas Perhubungan dan penyebaran kuesioner terhadap sampel yang telah ditentukan.

- 2) Data sekunder merupakan data yang diperoleh dari pihak lain (Sekaran & Bougie, 2013). Data ini dapat berasal dari penelitian sebelumnya, buku-buku, artikel, jurnal ilmiah, dsb (Bharotodiasto, 2017) maupun catatan atau arsip perusahaan, publikasi pemerintah, atau yang disediakan media massa (Zulganef, 2018). Data sekunder dalam penelitian ini didapatkan melalui penelitian dan jurnal yang telah ada sebelumnya, laporan seperti yang disediakan oleh badan statistik atau Pemerintah Kota Bandung, buku-buku, situs internet, portal berita, dll.

3.4.2 Metode Pengambilan Data

Metode atau cara pengambilan data merupakan langkah selanjutnya yang diambil seorang peneliti setelah membuat rencana pengukuran variabel dan memahami metode pengambilan sampel yang tepat sesuai dengan karakteristik populasi (Zulganef, 2018). Sekaran (2003) mendefinisikan metode pengambilan data sebagai cara untuk memperoleh data. Secara sederhana, metode pengambilan data dapat dikelompokkan ke dalam dua kategori, yaitu metode respon dan metode non-respon (Zulganef, 2018) yang dijelaskan dibawah ini.

- 1) Metode respon adalah metode yang berusaha untuk mendapatkan respon dari responden yang dapat dilakukan melalui wawancara dan pengisian kuesioner.
- 2) Metode non respon adalah metode yang tidak berusaha untuk mendapatkan respon dari responden dan dilakukan melalui observasi atau *monitoring* (Zulganef, 2018). Observasi meliputi kegiatan pencatatan pola perilaku orang, objek, dan kejadian-kejadian dalam suatu cara sistematis untuk mendapatkan informasi tentang fenomena-fenomena yang diamati (Rahayu, 2005). Groove dan Fisk (1992) dalam Zulganef (2018) mengungkapkan bahwa metode data observasional dapat memberikan gambaran informasi dunia nyata.

Metode pengambilan data yang akan dipakai dalam penelitian ini adalah metode respon melalui pembagian kuesioner. Penjabaran mengenai instrumen penelitian dapat dilihat pada bagian selanjutnya.

3.5 Instrumen dan Uji Instrumen Penelitian

3.5.1 Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian atau alat pengumpul data dalam penelitian ini adalah kuesioner. Kuesioner dapat diartikan sebagai seperangkat pertanyaan tertulis yang sudah dirumuskan sebelumnya, dimana responden menulis atau mencatat jawaban mereka, umumnya dalam beberapa alternatif yang telah ditentukan terlebih dahulu (Sekaran, 2003). Kuesioner dalam penelitian ini diadaptasi dari kuesioner yang dipakai dalam penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Groth, Buchauer dan Schlögl (2018).

Suatu pengukuran dikatakan baik jika alat ukurnya memiliki tingkat keakuratan yang tinggi (Zulganef, 2018). Keakuratan instrumen penelitian ini diukur melalui uji validitas dan reliabilitas yang akan dijelaskan pada bagian selanjutnya.

3.5.2 Hasil Pengujian Validitas dan Reliabilitas

1. Hasil Pengujian Validitas

Validitas sering diterjemahkan ke dalam Bahasa Indonesia sebagai kesahihan dimana sah berarti dapat dipercaya atau dapat dijadikan standar untuk menyatakan benar-tidaknya suatu bukti atau fakta (Zulganef, 2018). Cooper dan Schindler dalam Zulganef (2018) mendefinisikan validitas sebagai sejauh mana suatu pengukuran (uji) variabel benar-benar mengukur (menguji) variabel yang ingin diukur. Suatu instrumen yang valid atau sah mempunyai validitas tinggi. Sebaliknya, instrumen yang kurang sah memiliki validitas rendah.

Uji validitas dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan program *SPSS 21 for Windows* melalui rumus korelasi *product moment* yang dikemukakan oleh Pearson sebagai berikut:

$$r_{xy} = \frac{n\sum xy - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{(n\sum x^2 - (\sum x)^2)(n\sum y^2 - (\sum y)^2)}}$$

(Malhotra, 2007)

Keterangan

r = koefisien korelasi pearson antara item instrumen yang akan digunakan dengan variabel yang bersangkutan

x = skor item instrumen yang akan digunakan

y = skor semua item instrumen dalam variabel tersebut

n = jumlah responden dalam uji coba instrumen.

Selanjutnya r_{hitung} dibandingkan dengan nilai r_{tabel} untuk melihat valid atau tidaknya item soal. Rumus yang digunakan untuk menentukan r_{tabel} adalah:

$$r_{tabel} = \frac{t}{\sqrt{df + t^2}}$$

Keterangan

$df = n-2$

$= 30 - 2$

$= 28$

Pengujian validitas instrumen dalam penelitian ini dilakukan dengan tingkat signifikansi 5% sehingga dengan melihat tabel distribusi nilai r_{tabel} dengan $df = 28$, diperoleh r_{tabel} sebesar 0,361. Pengambilan keputusan pengujian validitas dilakukan dengan melihat r hitung dimana:

- 1) item pertanyaan yang diteliti dikatakan valid jika $r_{hitung} \geq r_{tabel}$; dan
- 2) item pertanyaan yang diteliti dikatakan tidak valid jika $r_{hitung} < r_{tabel}$.

Berdasarkan hasil uji kuesioner yang dilakukan terhadap 30 responden, diperoleh data perhitungan validitas instrumen sebagai berikut:

Tabel 3.3
Hasil Pengujian Validitas Variabel Sikap (AT)

Item	Pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
1	Mengoptimalkan berpergian dengan sepeda merupakan hal yang baik.	0,675	0,361	Valid
2	Mengoptimalkan berpergian dengan sepeda merupakan hal yang bermanfaat. Pada umumnya, saya lebih memilih mengoptimalkan berpergian dengan sepeda daripada dengan kendaraan bermotor pribadi.	0,862	0,361	Valid
3	Saya merasa nyaman mengoptimalkan berpergian dengan sepeda.	0,879	0,361	Valid
4	Saya menikmati mengoptimalkan berpergian dengan sepeda.	0,939	0,361	Valid
5	Saya menikmati mengoptimalkan berpergian dengan sepeda.	0,926	0,361	Valid

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2019

Kania Widyatami, 2019

ANALISIS MODERASI SOCIAL MEDIA ENGAGEMENT PADA PENGARUH SIKAP, NORMA SUBJEKTIF, DAN KONTROL PERILAKU TERHADAP NIAT BERSEPEDA (SURVEI PADA PENGGUNA SEPEDA DI KOTA BANDUNG)

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

Berdasarkan hasil pengujian validitas variabel sikap pada Tabel 3.3, dapat disimpulkan bahwa setiap item pernyataan dapat dinyatakan valid karena setiap item pertanyaan memiliki r_{hitung} lebih besar dibandingkan r_{tabel} . Artinya setiap pernyataan dalam kuesioner layak digunakan dalam pengumpulan data.

Tabel 3.4
Hasil Pengujian Validitas Variabel Norma Subjektif (SN)

Item	Pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
6	Pendapat orang-orang di sekitar saya mengenai pengoptimalan berpergian dengan sepeda.	0,781	0,361	Valid
7	Orang-orang disekitar saya setuju bila saya mengoptimalkan berpergian dengan sepeda.	0,902	0,361	Valid
8	Orang-orang disekitar saya menganjurkan saya untuk mengoptimalkan berpergian dengan sepeda.	0,897	0,361	Valid
9	Orang-orang disekitar saya menginginkan saya untuk mengoptimalkan berpergian dengan sepeda.	0,901	0,361	Valid
10	Banyak orang disekitar yang mengoptimalkan berpergian dengan sepeda.	0,631	0,361	Valid

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2019

Berdasarkan hasil pengujian validitas variabel norma subjektif pada Tabel 3.4, dapat disimpulkan bahwa setiap item pernyataan dapat dinyatakan valid karena setiap item pertanyaan memiliki r_{hitung} lebih besar dibandingkan r_{tabel} . Artinya setiap pernyataan dalam kuesioner layak digunakan dalam pengumpulan data.

Tabel 3.5
Hasil Pengujian Validitas Variabel Kontrol Perilaku (BC)

Item	Pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
11	Tingkat kesulitan mengoptimalkan berpergian dengan sepeda.	0,833	0,361	Valid
12	Kemungkinan saya untuk mengoptimalkan berpergian dengan sepeda.	0,885	0,361	Valid
13	Kepercayaan diri saya untuk mengoptimalkan berpergian dengan sepeda	0,872	0,361	Valid
14	Lingkungan saya (misal: keadaan jalan) memungkinkan saya untuk mengoptimalkan berpergian dengan sepeda.	0,796	0,361	Valid
15	Keadaan saya (misal: kepemilikan sepeda, waktu, jarak berpergian, dll) memungkinkan saya untuk mengoptimalkan berpergian dengan sepeda.	0,884	0,361	Valid

Kania Widyatami, 2019

ANALISIS MODERASI SOCIAL MEDIA ENGAGEMENT PADA PENGARUH SIKAP, NORMA SUBJEKTIF, DAN KONTROL PERILAKU TERHADAP NIAT BERSEPEDA (SURVEI PADA PENGGUNA SEPEDA DI KOTA BANDUNG)

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

Item	Pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
16	Pengoptimalan berpergian dengan sepeda bergantung pada kemauan saya.	0,683	0,361	Valid

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2019

Berdasarkan hasil pengujian validitas variabel kontrol perilaku pada Tabel 3.5, dapat disimpulkan bahwa setiap item pernyataan dapat dinyatakan valid karena setiap item pertanyaan memiliki r_{hitung} lebih besar dibandingkan r_{tabel} . Artinya setiap pernyataan dalam kuesioner layak digunakan dalam pengumpulan data.

Tabel 3.6
Hasil Pengujian Validitas Variabel Niat (BI)

Item	Pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
17	Saya berencana untuk mengoptimalkan berpergian dengan sepeda.	0,829	0,361	Valid
18	Saya ingin mengoptimalkan berpergian dengan sepeda.	0,880	0,361	Valid
19	Saya bertekad untuk mengoptimalkan berpergian dengan sepeda.	0,907	0,361	Valid
20	Saya akan mencoba mengoptimalkan berpergian dengan sepeda.	0,891	0,361	Valid
21	Saya berniat untuk mengoptimalkan berpergian dengan sepeda.	0,917	0,361	Valid

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2019

Berdasarkan hasil pengujian validitas variabel niat pada Tabel 3.6, dapat disimpulkan bahwa setiap item pernyataan dapat dinyatakan valid karena setiap item pertanyaan memiliki r_{hitung} lebih besar dibandingkan r_{tabel} . Artinya setiap pernyataan dalam kuesioner layak digunakan dalam pengumpulan data.

Tabel 3.7
Hasil Pengujian Validitas Variabel Social Media Engagement (SME)

Item	Pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
22	Frekuensi melihat/membaca post mengenai kegiatan bersepeda di Instagram.	0,821	0,361	Valid
23	Frekuensi menge-like post mengenai kegiatan bersepeda di Instagram.	0,915	0,361	Valid
24	Frekuensi berkomentar pada post mengenai kegiatan bersepeda di Instagram.	0,937	0,361	Valid
25	Frekuensi posting mengenai kegiatan bersepeda di Instagram.	0,871	0,361	Valid
26	Frekuensi bercerita/menganjurkan kegiatan bersepeda secara <i>offline</i> .	0,937	0,361	Valid

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2019

Berdasarkan hasil pengujian validitas variabel *social media engagement* yang dapat dilihat pada Tabel 3.7, dapat disimpulkan bahwa setiap item

Kania Widyatami, 2019

ANALISIS MODERASI SOCIAL MEDIA ENGAGEMENT PADA PENGARUH SIKAP, NORMA SUBJEKTIF, DAN KONTROL PERILAKU TERHADAP NIAT BERSEPEDA (SURVEI PADA PENGGUNA SEPEDA DI KOTA BANDUNG)

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

pernyataan dapat dinyatakan valid karena setiap item pertanyaan memiliki r_{hitung} lebih besar dibandingkan r_{tabel} . Artinya setiap pernyataan dalam kuesioner layak digunakan dalam pengumpulan data.

2. Hasil Pengujian Reliabilitas

Reliabilitas didefinisikan sebagai kehandalan suatu alat ukur untuk mengukur suatu variabel tanpa suatu kesalahan (bias) (Zulganef, 2018). Reliabilitas menunjukkan konsistensi yang dimiliki instrumen penelitian dalam mengukur konstruk atau variabel yang diukur (Kusnendi, 2008). Jika suatu instrumen reliabel, maka data yang dihasilkan instrumen tersebut pun dapat dipercaya (Zulganef, 2018).

Uji reliabilitas dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan menggunakan program *SPSS 21 for Windows* melalui rumus *Cronbach Alpha* (Umar, 2009) dengan rentang skor antara 1-5, yaitu

$$C_{\alpha} = \left[\frac{k}{k-1} \right] \left[1 - \frac{\sum \sigma b^2}{\sigma^2} \right]$$

Keterangan

C_{α} = koefisien *Cronbach's Alpha*

k = jumlah butir pertanyaan

$\sum \sigma b^2$ = jumlah varians butir

σ^2 = varians total

Pengambilan keputusan pengujian reliabilitas dilakukan dengan melihat koefisien *Cronbach's Alpha*. Instrumen penelitian dinyatakan andal apabila koefisien *Cronbach's Alpha* lebih besar atau sama dengan 0,70. Berdasarkan hasil uji reliabilitas yang dilakukan, diperoleh data nilai *Cronbach's Alpha* sebagai berikut:

Tabel 3.8
Hasil Pengujian Reliabilitas

Variabel	Nilai <i>Cronbach's Alpha</i>	Keterangan
Sikap	0,913	Reliabel
Norma Subjektif	0,877	Reliabel
Kontrol Perilaku	0,902	Reliabel
Niat	0,930	Reliabel
<i>Social Media Engagement</i>	0,935	Reliabel

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2019

Kania Widyatami, 2019

ANALISIS MODERASI SOCIAL MEDIA ENGAGEMENT PADA PENGARUH SIKAP, NORMA SUBJEKTIF, DAN KONTROL PERILAKU TERHADAP NIAT BERSEPEDA (SURVEI PADA PENGGUNA SEPEDA DI KOTA BANDUNG)

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

Berdasarkan hasil pengujian reliabilitas yang dapat dilihat pada Tabel 3.8, dapat disimpulkan bahwa variabel sikap, norma subjektif, kontrol perilaku, niat, dan *social media engagement* dapat dikatakan reliabel karena memiliki nilai *Cronbach's Alpha* lebih besar dari 0,70. Artinya, instrumen penelitian diindikasikan memiliki tingkat reliabilitas yang memadai.

3.6 Teknik Analisis Data

Untuk mencapai tujuan penelitian yang sebelumnya telah disampaikan, digunakan dua jenis analisis pada penelitian ini, yaitu analisis deskriptif dan analisis verifikatif.

3.6.1 Analisis Data Deskriptif

Analisis deskriptif digunakan untuk mengetahui gambaran masing-masing variabel dalam penelitian. Teknik analisis deskriptif berfungsi untuk mendeskripsikan atau memberi gambaran terhadap objek yang diteliti melalui data sampel atau populasi sebagaimana adanya, tanpa melakukan analisis dan membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum (Sugiyono, 2016). Penyajian data pada analisis deskriptif dapat dilakukan melalui tabel maupun distribusi frekuensi; grafik garis maupun batang; diagram lingkaran; pictogram; penjelasan kelompok melalui modus, median, mean, dan variasi kelompok melalui rentang dan simpangan baku (Sugiyono, 2016).

Penelitian ini menggunakan analisis deskriptif untuk mendeskripsikan variabel-variabel penelitian, antara lain:

- 1) Analisis Deskriptif Sikap (X_1)
- 2) Analisis Deskriptif Norma Subjektif (X_2)
- 3) Analisis Deskriptif Kontrol Perilaku (X_3)
- 4) Analisis Deskriptif Niat (Y)
- 5) Analisis Deskriptif *Social Media Engagement* (Y)

Analisis deskriptif dalam penelitian ini dilakukan dengan tahapan sebagai berikut:

- 1) *Editing* (pemeriksaan data), yaitu pemeriksaan angket yang terkumpul setelah diisi oleh responden seperti pengecekan kelengkapan responden.

- 2) *Coding* (pemberian kode), yaitu pemberian skor atau kode untuk setiap pilihan dari item berdasarkan ketentuan yang ada dimana untuk menghitung bobot nilai dari setiap pertanyaan atau pernyataan dalam angket menggunakan skala likert lima kategori. Skor atau bobot untuk jawaban positif diberi skor 5-4-3-2-1, dan untuk jawaban negatif diberi skor 1-2-3-4-5. Ketentuan pemberian skor dapat dilihat pada Tabel 3.9.

Tabel 3.9
Pembobotan Kuesioner

No.	Alternatif Jawaban	Bobot	
		Positif	Negatif
1	Sangat Setuju/Sangat Positif/Sangat Tinggi	5	1
2	Setuju/Positif/Tinggi	4	2
3	Cukup Setuju/Cukup Positif/Sedang	3	3
4	Tidak Setuju/Negatif/Rendah	2	4
5	Sangat Tidak Setuju/Sangat Negatif/Sangat Rendah	1	5

- 3) *Tabulating* (tabulasi), yaitu menghitung hasil *scoring*, yang dituangkan ke dalam tabel rekapitulasi secara lengkap untuk seluruh item setiap variabel. Adapun tabel rekapitulasi adalah sebagai berikut:

Tabel 3.10
Tabel Rekapitulasi pengolahan Data

Resp.	Skor Item						Total
	1	2	3	4	...	N	
1							
2							
...							
N							

- 4) Membuat rekapitulasi skor sikap, norma subjektif, kontrol perilaku, niat, dan *social media engagement*.
- 5) Menentukan garis kontinum sikap, norma subjektif, kontrol perilaku, niat, dan *social media engagement* dengan cara sebagai berikut:
- a) Menentukan Skor Kriterium (SK), yang didapatkan melalui rumus

$$SK = ST \times JB \times JR$$

Keterangan:

SK = Skor Kriterium

ST = Skor Tertinggi

JB = Jumlah Butir

JR = Jumlah Responden

- b) Membandingkan jumlah skor hasil angket dengan jumlah skor kriterium untuk mencari skor hasil angket dengan menggunakan rumus:

$$\sum X_i = X_1 + X_2 + X_3 + \dots + X_n$$

Keterangan:

X_i = Jumlah skor hasil kuesioner

X_1 sampai X_n = Jumlah skor kuesioner masing-masing responden

- c) Membuat daerah kategori kontinum, untuk melihat bagaimana gambaran tentang variabel secara keseluruhan yang diharapkan responden, maka penulis menggunakan kategori sebagai berikut:

Tinggi = ST x JB x JR

Sedang = SS x JB x JR

Rendah = SR x JB x JR

Keterangan:

ST = Skor tertinggi

SS = Skor sedang

SR = Skor terendah

JB = Jumlah Butir

JR = Jumlah Responden

- d) Menentukan selisih skor kontinum dari setiap tingkatan dengan rumus:

$$R = \frac{\text{skor kontinum tinggi} - \text{skor kontinum rendah}}{3}$$

- e) Membuat garis kontinum dan daerah letak skor untuk sikap, norma subjektif, kontrol perilaku, niat, dan *social media engagement* yang disajikan melalui gambar.

3.6.2 Analisis Data Verifikatif

Analisis verifikatif dalam penelitian ini digunakan untuk pengujian hipotesis mengenai pengaruh variabel dan dilakukan melalui uji statistik. Basuki dan Prawoto (2016) mendefinisikan uji hipotesis sebagai suatu prosedur pembuktian kebenaran sifat populasi berdasarkan data sampel. Analisis verifikatif dalam penelitian ini dilakukan dengan teknik analisis regresi linear bertingkat dengan prosedur sebagai berikut:

3.6.2.1 Uji Asumsi Klasik

Teknik analisis regresi linier berganda (*multiple regression*) dapat dilakukan dengan pertimbangan tidak adanya pelanggaran terhadap asumsi-asumsi klasik untuk memastikan model penelitian memberikan hasil estimasi yang terbaik atau BLUE (*Best Linier Unbiased Estimator*). Oleh karena itu, uji asumsi klasik yang terdiri dari uji normalitas, multikolinearitas, heterokedastisitas dilakukan dalam penelitian ini (Basuki & Prawoto, 2016). Penjelasan masing-masing uji asumsi klasik dapat dilihat di bawah ini.

1. Uji Multikolinearitas

Uji multikolineritas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terdapat korelasi antar variabel bebas (*independen*). Multikolinearitas muncul apabila terdapat hubungan yang sangat kuat diantara variabel-variabel bebas. Gozali (2001) dalam Basuki dan Prawoto (2016) menyatakan bahwa sebuah model regresi dikatakan sebagai model regresi yang baik apabila tidak terjadi korelasi di antara variabel bebas pada model tersebut.

Deteksi terhadap ada tidaknya multikolinearitas dalam penelitian ini dilakukan dengan menganalisis matriks korelasi variabel-variabel bebas atau dengan melihat nilai *tolerance* serta *Variance Inflation Factor* (VIF). Nilai *tolerance* yang rendah menunjukkan nilai VIF yang tinggi dan menunjukkan adanya kolinearitas yang tinggi. Nilai *cut off* yang dipakai adalah nilai *tolerance* 0,10 atau nilai VIF lebih besar dari 10 (Basuki & Prawoto, 2016).

2. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap, maka disebut homoskedastisitas dan jika berbeda disebut heterokedastisitas. Model regresi yang baik adalah model yang homoskedastisitas atau tidak terjadi heterokedastisitas.

Deteksi keberadaan heteroskedastisitas pada suatu model dapat dilakukan dengan melihat ada tidaknya pola tertentu pada grafik *scatterplot* antara SRESID

dan ZPRED dimana sumbu Y adalah Y yang telah diprediksi dan sumbu X adalah residual ($Y_{\text{prediksi}} - Y_{\text{sesungguhnya}}$) yang telah di-*studentized*, dengan dasar analisis bahwa jika ada pola tertentu, seperti titik-titik yang ada membentuk pola tertentu (bergelombang, melebar kemudian menyempit) maka mengindikasikan telah terjadi heteroskedastisitas. Jika tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

3. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel terikat dan variabel bebas mempunyai distribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik memiliki distribusi normal atau mendekati normal.

Uji normalitas pada penelitian ini dilakukan melalui analisis grafik atau dengan melihat *normal probability plot* yang membandingkan distribusi kumulatif dari data sesungguhnya dengan distribusi kumulatif dari distribusi normal. Gozali (2001) dalam Basuki dan Prawoto (2016) menyatakan bahwa jika distribusi data adalah normal, maka garis yang menggambarkan data sesungguhnya akan mengikuti garis diagonalnya.

3.6.2.2 Uji Hipotesis

Pengujian hipotesis pada penelitian ini dilakukan dengan menggunakan *hierarchical regression analysis* atau analisis regresi bertingkat dengan bantuan *software SPSS 21 for Windows*. Metode ini melibatkan dua regresi dengan tahapan di bawah ini.

- 1) Pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen akan diuji menggunakan regresi linear dan berfungsi sebagai prasyarat untuk menguji pengaruh variabel moderasi. Regresi dilakukan dengan persamaan:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + e$$

- 2) Setelah hubungan variabel dependen dengan masing-masing variabel independen didapatkan, analisis moderasi kemudian akan dilakukan dengan persamaan:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_M + \beta_3 X_1 X_M + e$$

Keterangan

Y = variabel dependen

α = konstanta

b = koefisien variabel bebas

X_1 = variabel independen

X_M = variabel moderator

X_1X_M = interaksi antara variabel independen dan variabel moderator

e = standar error

Pengujian hipotesis dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan Uji Nilai Selisih Mutlak dan untuk menguji keempat hipotesis digunakan Uji Signifikansi Parameter (Uji T). Uji statistik ini dilakukan dengan membandingkan t_{hitung} dan t_{tabel} dengan taraf kesalahan $\alpha = 5\%$ atau sebesar $\alpha = 0,05$ dengan derajat kebebasan dk (n-2). Adapun nilai t_{hitung} dapat dicari dengan formula:

$$t = \frac{\beta_1 - \beta_1^*}{Se(\beta_1)}$$

dimana β_1^* merupakan nilai pada hipotesis nol (Basuki & Prawoto, 2016).

Keputusan penerimaan atau penolakan H_0 dilakukan sebagai berikut:

- 1) jika nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima,
- 2) jika nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak.

Secara statistik, hipotesis yang akan diuji dalam rangka pengambilan keputusan penerimaan atau penolakan hipotesis dapat dirumuskan sebagai berikut:

1) Hipotesis 1

$H_0 : \rho > 0,05$ atau lebih besar dari nilai sig., artinya tidak terdapat dampak signifikan dari moderasi *social media engagement* pada pengaruh sikap terhadap niat.

$H_a : \rho \leq 0,05$ atau lebih kecil atau sama dengan nilai sig., artinya terdapat dampak signifikan dari moderasi *social media engagement* pada pengaruh sikap terhadap niat.

2) Hipotesis 2

$H_0 : \rho > 0,05$ atau lebih besar dari nilai sig., artinya tidak terdapat dampak signifikan dari moderasi *social media engagement* pada pengaruh norma subjektif terhadap niat.

Kania Widyatami, 2019

ANALISIS MODERASI SOCIAL MEDIA ENGAGEMENT PADA PENGARUH SIKAP, NORMA SUBJEKTIF, DAN KONTROL PERILAKU TERHADAP NIAT BERSEPEDA (SURVEI PADA PENGGUNA SEPEDA DI KOTA BANDUNG)

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

$H_a : \rho \leq 0,05$ atau lebih kecil atau sama dengan dari nilai sig., artinya terdapat dampak signifikan dari moderasi *social media engagement* pada pengaruh norma subjektif terhadap niat.

3) Hipotesis 3

$H_0 : \rho > 0,05$ atau lebih besar dari nilai sig., artinya tidak terdapat dampak signifikan dari moderasi *social media engagement* pada pengaruh kontrol perilaku terhadap niat.

$H_a : \rho \leq 0,05$ atau lebih kecil atau sama dengan dari nilai sig., artinya terdapat dampak signifikan dari moderasi *social media engagement* pada pengaruh kontrol perilaku terhadap niat.